

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA UTILIZACIÓN DEL BRANDING Y SU RELACIÓN CON LA
CAPACIDAD DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL CENTRO
COMERCIAL MEGA PLAZA, EN EL DISTRITO DE
INDEPENDENCIA, EN EL AÑO 2016.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA
RAMIREZ LAYME, KARINA PAOLA**

**ASESOR
DR. DAVILA ARENAZA, VICTOR**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA - PERÚ

Año 2016

Página de Jurado

Presidente

Dr. Victor Dávila Arenaza

Secretario

Dr. Lessner Augusto León Espinoza

Vocal

Dr. Antonio Díaz Saucedo

Dedicatoria

Dedico esta Tesis a mis padres Juan Carlos Ramirez e Yrma Marina Layme, que siempre me apoyaron incondicionalmente, me brindaron consejos y me motivaron a lograr mis objetivos y principalmente por ser las personas que más amo.

A mi hermana Lizbeth Pamela Ramirez Layme que es mi modelo a seguir, mi compañera y mejor amiga, quien desde el cielo me está protegiendo y guiando.

Agradecimiento

Agradezco a Dios que me dio fuerza y fe.

A mis compañeros y amigos que compartieron sus conocimientos y opiniones, y que siempre estuvieron apoyándome.

Por ultimo quisiera agradecer a mis profesores y asesores que me guiaron a poder concluir este trabajo.

Declaratoria de autenticidad

Yo Ramirez Layme, Karina Paola con DNI N° 76651989, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ciencias Empresariales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Julio del 2016

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La utilización del branding y su relación con la capacidad de gestión estratégica del centro comercial mega plaza, en el distrito de Independencia, año 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Karina Paola Ramirez Layme

Índice

Página de Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación	vi
Índice.....	vii
RESUMEN	8
ABSTRACT	8
I. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1 Realidad problemática.....	9
1.2 Trabajos previos.....	11
1.2.1 Internacionales	11
1.2.2 Nacionales.....	13
1.3 Teorías relacionadas al tema	14
1.4 Formulación del problema.....	17
1.4.1 Problema general	17
1.4.2 Problemas Específicos	17
1.5 Justificación del estudio	17
1.5.1 Justificación Social	17
1.5.2 Justificación económica.....	18
1.5.3 Justificación relevancia.....	18
1.6 Objetivos	18
1.6.1 Objetivo general.....	18
1.6.2 Objetivos Específicos	19
1.7 Hipótesis	19
1.7.1 Hipótesis General	19
1.7.2 Hipótesis Específicas.....	19
II. MÉTODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	20
2.1 Diseño de investigación	20
2.1.1 Tipo de investigación	20
2.1.2 Nivel de investigación	20

2.2	Variables	20
2.2.1	Variable 1: Branding	20
2.2.2	Variable 2:Gestion estratégica.....	21
2.3	Población y Muestra.....	23
2.3.1	Población.....	23
2.3.2	Muestra.....	23
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	23
2.4.1	Técnicas	23
2.4.2	Instrumentos	23
2.4.3	Validez	23
2.4.4	Confiabilidad	24
2.5	Métodos de análisis de datos	24
2.6	Aspectos éticos	24
III.	RESULTADOS	25
3.1	Análisis descriptivo.....	25
3.2	Prueba de normalidad	27
3.3	Prueba de hipótesis.....	27
3.3.1	Prueba de hipótesis general	27
3.3.2	Prueba de hipótesis especifica 1	28
3.3.3	Prueba de hipótesis especifica 2	28
3.3.4	Prueba de hipótesis especifica 3	29
IV.	DISCUSIÓN.....	30
V.	CONCLUSIÓN.....	36
VI.	RECOMENDACIONES	37
VII.	Referencias:	38
	ANEXOS	41
	• Instrumento.....	41
	• Matriz de consistencia	44
	• Validación de los instrumentos	45

RESUMEN

La presente tesis tuvo como objetivo general, determinar la relación entre la utilización del branding y la capacidad de gestión estratégica en el centro comercial Mega Plaza en el distrito de Independencia. La investigación es descriptiva y correlacional, con un diseño no experimental y transaccional.

La población estuvo conformada por los 80 trabajadores y siendo la muestra estadística el integro de la población, los datos fueron obtenidos mediante una encuesta y un cuestionario como instrumento, los datos obtenidos fueron procesados mediante el programa SPSS, logramos como resultado que existe relación de manera significativa entre la utilización del branding y la capacidad de gestión estratégica, en el centro comercial, Mega Plaza, en el distrito de independencia, año 2016

ABSTRACT

The thesis had a general goal to determine the relationship between la utilization of branding y the capacity of strategic management in the shopping center Mega Plaza, in the Independencia district, year 2016. The investigation is descriptive correlational, with a design and an experimental transactional.

The population was formed by 80 workers and been the statistic sample the integrate of the population, the data was obtained by a survey with a questionnaire as a tool, the same were process by el SPSS, we gain as a result there is relationship moderate between the use of branding y the capacity of strategic management, in the shopping center Mega Plaza, in Independencia district, year 2016